El concepto de flujo televisivo en Raymond Williams

Ficha de estudio para las cátedras Cultura y comunicación e Historia de la comunicación, elaborada por la Dra. María Marta Luján

Fuente: Williams, Raymond, Televisión: Tecnología y forma cultural. Buenos Aires: Paidós, 2011

Privatismo móvil

En sus estudios sobre comunicación, Williams enfatizó la subordinación de la tecnología al contexto social de su puesta en práctica, lo cual constituye un factor determinante en el empleo que se le asigna. Para él, la tecnología es dependiente de la compleja textura social y política del mundo en el cual surge.

Desde su perspectiva, Williams nos revela que resulta imposible realizar cualquier análisis serio de un hecho cultural (en este caso la TV), sin alcanzar previamente un conocimiento cabal acerca de cuál es su deber histórico. Hace casi cuatro décadas, nos advertía acerca del desarrollo futuro de la TV, y si bien éste estaba atado a la tecnología, no podía explicarse sólo por ella.

Williams repudia toda forma de determinismo tecnológico. Rechaza los argumentos que afirman que las tecnologías tienen vida propia, que emergen de un proceso de investigación y desarrollo inmaculado, no alcanzado por las expectativas sociales ni los intereses políticos y económicos. Rechaza de manera igualmente enérgica los argumentos que sostienen que las tecnologías por sí mismas pueden determinar una respuesta social, que tienen efectos y consecuencias determinantes, resistentes a las complicaciones e incertidumbres de la sociedad y de la historia. En otras palabras, rechaza la idea de caracterizar a la televisión como una tecnología, sin más. No puede reducírsela únicamente a eso.

Como antes habían aparecido el telégrafo, el teléfono y la radio, la TV surgió como una respuesta tecnológicamente sintética a un conjunto de novedosas y radicales necesidades sociales, políticas y económicas emergentes.

La industrialización y la modernización habían creado nuevas demandas y nuevos desafíos: exigencias de orden, de control y de comunicación. Las máquinas que en principio se idearon y desarrollaron para dar respuestas singulares a exigencias principalmente militares e industriales (la administración de los imperios y de los ferrocarriles) terminarían desarrollándose de maneras inesperadas en aplicaciones sociales y civiles.

Hacia las primeras décadas del siglo XX, asistimos a un mundo de creciente individualización, atomización y fragmentación; de corrientes de desplazamiento estructural de las poblaciones del campo a la ciudad y desde la ciudad hacia los suburbios; de los movimientos diarios de la fuerza laboral desde los hogares privados hasta los lugares de trabajo públicos. La radio y la televisión, movilizadas dentro de una dialéctica de aislamiento y participación, crearon e hicieron posible el “como si” de una sociabilidad mediada dentro del marco de la comunicación. La distancia entre los ciudadanos y los centros de decisión empezaron a resolverse representativamente, a través de los medios de masas.

Socialmente, estos artículos se caracterizan por las dos tendencias aparentemente paradójicas, y sin embargo profundamente conectadas entre sí del estilo de vida industrial urbano

moderno: por un lado, la movilidad y, por el otro, el hogar familiar, que parecía más autosuficiente.

El período inicial de la tecnología pública, cuyos ejemplos más evidentes son los ferrocarriles y la iluminación urbana, estaba dando paso a un nuevo tipo de tecnología, la tecnología que servía a un estilo de vida móvil y al mismo tiempo centrado en el hogar: una forma de privatización móvil, consumo en el hogar según condiciones privadas de recepción. La radiodifusión, en su forma aplicada, fue un producto social de esta tendencia distintiva.

En realidad, las presiones contradictorias de esta fase de la sociedad capitalista industrial se resolvieron, en cierto nivel, mediante la institución de la radiodifusión. Con respecto a la movilidad, ésta era solo en parte el impulso de una curiosidad independiente: el deseo de salir y ver nuevos lugares. Esencialmente, era un impulso surgido del derrumbe y la disolución de tipos más antiguos de asentamientos y los trabajos productivos. Los nuevos y crecientes asentamientos y organizaciones industriales exigían, en primera instancia, una mayor movilidad interna, a lo que se sumaron las consecuencias secundarias de la dispersión de las familias extendidas y las necesidades de nuevas clases de organización social.

La familia era ahora nuclear, y era capaz de desplazarse hacia los centros industriales. Los procesos sociales implícitos durante largo tiempo en la revolución del capitalismo industrial se estaban intensificando a gran velocidad, especialmente la creciente distancia entre las zonas inmediatas de viviendas y los lugares de trabajo y gobierno; las condiciones sociales y económicas mejoraron y el resultado fue un mayor énfasis en el mejoramiento del pequeño hogar familiar. El hogar era, simultáneamente, un logro efectivo y una respuesta defensiva. Sin embargo, esta privatización conllevó, como consecuencia, una necesidad imperativa de nuevos tipos de contacto. Los nuevos hogares podían parecer privados y “autosuficientes”, pero sólo era posible mantenerlos mediante ingresos y suministros obtenidos de fuentes externas. Esta relación creó la necesidad y también la forma de un nuevo tipo de comunicación: noticias llegadas de afuera, de fuentes de otro modo inaccesibles. La radio hacía posible un nuevo tipo de aporte social: noticias y entretenimientos llevados hasta el hogar, estableciendo la mencionada dialéctica entre el aislamiento y la participación (los muros se refuerzan y desintegran).

Así, vemos que en el modelo de teledifusión amplia se daban, a través de la radio y la TV, y simultáneamente, transmisión centralizada y recepción privatizada.

Flujo televisivo

Una de las contribuciones más importantes de Raymond Williams a la teoría de la comunicación, es la que podemos llamar la “teoría del flujo”; Williams entiende el flujo no sólo como esos segmentos que se ven en los hogares sino, fundamentalmente, el significado potencial de sus relaciones discursivas.

En Televisión: Tecnología y forma cultural, Williams afirma que en todos los sistemas desarrollados de televisión, la organización característica, y por lo tanto la experiencia característica son una secuencia o flujo. Esta característica de flujo planeado es, quizás, la característica que define la televisión, simultáneamente como tecnología y como forma cultural. En todos los sistemas de comunicación, antes de la televisión, los temas esenciales

eran discretos. Un libro o panfleto se tomaba y leía como un tema específico. Una reunión se celebraba en un lugar concreto y en una fecha determinada. Una obra se representaba en un teatro concreto a una hora establecida. La diferencia no reside sólo en que estos acontecimientos parecidos se pueden obtener dentro del hogar, con sólo apretar un botón, sino que el programa real que se ofrece es una secuencia o un conjunto de secuencias alternativas de éstos u otros acontecimientos parecidos, que están disponibles en una única dimensión y en una única operación.

Williams sugiere que las emisiones de TV conducen, por norma, a una experiencia concreta de la audiencia. La televisión es una recepción tecnológica y una forma cultural conformada por distintos segmentos heterogéneos de la que ella parece darnos la ilusión de su homogeneidad.

La lectura y la interpretación que hace Williams de la TV estuvo inspirada quizás, de manera decisiva, por una noche que pasó en Miami y un año en Stanford. Allí, Williams desarrolló su teoría, desconcertado por el flujo de la televisión estadounidense, un flujo en el que un programa se amalgamaba con otro, los anuncios publicitarios se enhebraban de manera imperceptible a través del libreto de las telenovelas, y los avances de un film constituían una especie de subtexto invasor para el desarrollo del otro.

Los modos de informar, la interrogación, la visualización y la dramatización que desplegó la televisión proporcionaron una cultura pública completamente distinta de cualquier otra que hubiera existido antes. Por supuesto, la televisión tomó prestadas muchas de esas formas de otros medios. Los noticieros, las obras teatrales, las entrevistas, los programas educativos, los programas de variedades, todos tenían sus precursores. Pero Williams se esfuerza en señalar el carácter distintivo y novedoso de la televisión, sobre todo, tal vez, en la manera de centrarse directamente y aproximarse a los aspectos corrientes de la vida cotidiana. La televisión ofrece una forma tecnológica e institucionalmente discreta de presentar la cultura y expresar sus contenidos, una forma que sólo puede entenderse en un contexto determinado y sobre todo, como una expresión de fuerzas sociales, políticas y económicas más amplias.

El flujo o continuidad inextinguible de la televisión consiste en la estratificación de los discursos propia de la TV; ésta es incesante y eterna; no nos invita a mirar un programa puntual, aunque a veces lo hagamos. Miramos televisión: su flujo continuo; escuchamos la yuxtaposición excéntrica y repetitiva de noticieros, anuncios publicitarios y avances de programas, todo en un continuo igualmente ininterrumpido e igualmente naturalizado a través de un flujo eterno, inconexo y sin una secuencia lógica.

Publicidad

Williams le adjudica a la publicidad (“arte oficial del capitalismo”) un rol crucial en el desarrollo de este formato. El carácter “comercial” de la TV debe examinarse en varios niveles: como la realización de programas para obtener ganancias en un mercado conocido, como un canal para transmitir publicidad y como una forma política y cultural directamente modelada por las formas de una sociedad capitalista y dependiente de ellas, que vende tanto los bienes de consumo como un “estilo de vida” basado en ellos, en una escala de valores generada localmente por los intereses capitalistas y las autoridades del país, y organizada

internacionalmente como un proyecto político por el poder capitalista dominante; se ha creado un mercado en el cual el entretenimiento, la publicidad y la influencia política y cultural, vienen juntos, en un único paquete.

El auspicio de los programas por parte de los anunciantes tiene un efecto que va más allá del anuncio separable y la recomendación de una marca. Como fórmula de comunicación, es un modo intrínseco de establecer prioridades. Un noticiero internacional presentado por cortesía de un dentífrico no es mirar elementos separables, sino mirar la forma que propone el modelo cultural dominante. La inserción de los anuncios comerciales en programas sin auspicio general es una fórmula diferente; ha tenido efectos extraordinarios en la TV como experiencia secuencial y ha creado ritmos visuales totalmente nuevos; se debe mirar este tipo de TV como una secuencia en la cual los anuncios publicitarios son parte integrante del programa y no como un programa interrumpido por anuncios comerciales. A causa de las características secuenciales e integradoras de la TV, esta relación orgánica entre los anuncios comerciales y los demás materiales es mucho más evidente que en cualquier otro momento de los sistemas de publicidad anteriores.

La innovación decisiva se ha producido en los servicios financiados por publicidad comercial. Los intervalos entre las unidades de programas eran los lugares obvios para insertar los anuncios publicitarios. En la TV comercial británica se había establecido específica y formalmente que los “programas” no debían interrumpirse con anuncios comerciales que sólo podrían incluirse en las “pausas naturales”; en la práctica, por supuesto, esto nunca se cumplió y ni siquiera hubo intención de cumplirlo. Una “pausa natural” llegó a ser cualquier momento de inserción conveniente. Los programas de noticias, las obras de teatro y hasta las películas que habían sido exhibidas en los cines como presentaciones completas específicas comenzaron a sufrir las interrupciones de los anuncios publicitarios. En la TV estadounidense este proceso fue diferente: los programas patrocinados incorporaron la publicidad desde el principio, desde la concepción inicial, como parte del paquete completo. Pero hoy es evidente, tanto en la TV comercial británica como en la estadounidense que, aunque la noción de “interrupción” aún conserva una fuerza residual de un modelo más antiguo, se ha vuelto inadecuada. En los términos anteriores, lo que se ofrece no es un programa de unidades separadas con inserciones particulares, sino un flujo planificado, en el cual la serie verdadera no es la secuencia publicada en el horario de programación sino esta secuencia transformada por la inclusión de otro tipo de secuencia, la publicidad, de modo tal que esas secuencias reunidas componen el flujo real, la verdadera “difusión amplia” o broadcasting.

Autorreferencialidad

Progresivamente, una nueva secuencia se ha agregado, tanto en la TV pública como en la comercial: o bien los avances de los programas que se transmitirán más tarde ese mismo día o unos días después, o bien la enumeración de las noticias que se ampliarán luego. Esta táctica se ha intensificado por las condiciones de competencia, pues para los planificadores de los canales cada vez tiene más importancia retener a sus televidentes, “captarlos”, durante toda la secuencia de la velada.

Es evidente que lo que hoy se llama “una velada ante el televisor” es algo, en cierto sentido, planeado, por los proveedores y también por los telespectadores, como un todo que, en

cualquier caso, está planificado en secuencias discernibles que, en este sentido, se imponen a las unidades de programa particulares. Cada vez que hay competencia entre canales de TV, esto se convierte en una cuestión de preocupación consciente: atrapar a los espectadores a comienzos del flujo.

Por supuesto que hay casos en que la gente puede seleccionar conscientemente otro canal u otro programa o directamente apagar el TV. Pero el efecto del flujo está suficientemente difundido para constituir uno de los principales elementos de la política de programación. Y esta es la razón inmediata de que aumente constantemente la frecuencia de los avances de programación. En la TV estadounidense hasta existe una expresión para designar el proceso, move along, en el sentido de "continuar juntos", para sostener los que se concibe como una especie de lealtad al canal que se está viendo.

La mayoría de nosotros dice "mirar televisión" en lugar de "mirar el noticiero" o "ver un partido de fútbol" en la televisión.

Esta autorreferencialidad propia del flujo televisivo puede ser leída como una mirada profética de Williams: pensemos en nuestra TV, en la que muchos programas giran, se alimentan y retroalimentan en torno a lo sucedido en otro programa como "Bailando por un sueño". Los comentarios remiten una y otra vez a ese show eje y lo promocionan.

Asimismo, casi todos hemos vivido la experiencia muy difundida, aunque a menudo admitida con pesar, de que nos cuesta apagar el televisor. Repetidamente descubrimos que, aún cuando lo encendimos con la intención de mirar "un programa" determinado, nos hemos quedado mirando el siguiente y luego el siguiente. La manera en que está organizado hoy el flujo, sin intervalos definidos, en todo caso, promueve esta actitud. "Nos enganchamos" fácilmente con algún otro programa antes de haber reunido la energía para levantarnos del sillón, y muchos programas están concebidos con la idea de esta tendencia: capturar la atención en los primeros momentos y reiterar la promesa de que, si nos quedamos a mirar, veremos cosas emocionantes.

El flujo está siempre disponible, en varias secuencias alternativas, con sólo oprimir el botón.

Así, tanto internamente en su organización inmediata, como en su condición de experiencia generalmente disponible, esta característica de flujo es central para pensar la TV.

Es interesante que, cuando estudiemos Internet como nueva modalidad comunicativa, analicemos esta lógica del flujo en la red, pero estableciendo dos diferencias cruciales entre los medios: el tipo de difusión, centralizada/descentralizada y el tipo de recepción generalizada/interactiva. En Internet, el receptor-operador, discontinuará el flujo, será él el que lo planificará, no la Institución mediática. Lo cual no significa, de ninguna manera, que en Internet no haya incursión de la publicidad

Posición crítica y propuesta política en relación al uso de la Televisión

En el texto citado, Williams realiza el estudio de un uso concreto del medio televisión, y se preocupa por ofrecer una mirada crítica, registrando éxitos e identificando los fracasos de la televisión, con la esperanza de la creación de un medio superador.

Su análisis no apunta a cosificar la televisión, sino a indicar una particular institucionalización de la cultura, la forma cultural a la que se refiere el título del libro; y, si bien la forma que identifica Williams es claramente una dimensión establecida e impuesta de televisión, no necesariamente ésta debe permanecer como característica esencial del medio. Si así fuera ¿qué nos queda por hacer o decir? La crítica de Williams está basada en su creencia fundamental en la efectividad de la capacidad de la acción humana: nuestra capacidad de desbaratar, desviar e interceptar lo que de otro modo sería la fría lógica de la historia y la unidimensionalidad de la tecnología; Cree que los seres humanos perturban o pueden perturbar el despliegue aún incompleto de la televisión. Las tecnologías –afirma- pueden constreñir pero no determinar.

El camino que sigue el desarrollo de la televisión está marcado por intereses competitivos, por las luchas por el sentido y por las ilimitadas consecuencias involuntarias de la acción humana. Pero la televisión ofrece, para Williams, formas alternativas de expresión y comunicación, no solo porque es por definición una formación social y está estructurada para ajustarse al mosaico de la vida social cotidiana, sino además porque las nuevas tecnologías continúan ofreciendo oportunidades de crear otras formas de expresión individual y, sobre todo, de expresión política, que por momentos escapen al control de las corporaciones transnacionales o al poder de los magantes de los medios.

Si bien en el texto son fundamentales el concepto de privatismo móvil y el análisis del flujo, es importante destacar que el mismo ofrece una postura ideológica y una propuesta política sobre el uso del medio televisivo. Se trata además de un examen de las tecnologías alternativas y los usos alternativos.

Williams es realista respecto al poder de las instituciones dominantes y la “codicia represora”. Sin embargo, a pesar de todo esto y a causa de su profundo compromiso con el proyecto humano en oposición al proyecto tecnológico, su obra se niega a la aceptación y a la resignación. Si las tecnologías son humanas y si la institucionalización contemporánea de la televisión es solo una -aunque ahora bien establecida- posibilidad entre otras, entonces es necesario continuar con la crítica y la intervención creativa en su incesante desarrollo. Las tecnologías llevan una doble vida y la televisión no es la excepción. Las tecnologías, sostiene Williams, son “los instrumentos contemporáneos de una larga revolución hacia una democracia educada y participativa”: un proyecto que Williams nunca perdió de vista; pero también son instrumentos de lo que él llama la contrarrevolución, mediante la cual las fuerzas del capital logran introducirse en las vetas más finas de nuestra vida cotidiana, mientras aparentan estar hablando de elección y competencia, mientras restringen las elecciones a sus posibilidades programadas.

En 1974, Raymond Williams les pedía a sus lectores que reconocieran la inmediatez de la situación y la importancia de las decisiones que se tomaran entonces para formar el futuro de los medios de comunicación. Su apuesta apunta a una televisión accesible para todos desde el punto de vista económico; una televisión local, pero que permita una comunicación internacional.

Más que de utopía acerca del medio, creo que la de Williams es un utopía acerca de lo que los sujetos harán con ese medio: “Dentro de pocos años se tomarán decisiones –o se perderá la

oportunidad de tomarlas- que en gran medida determinarán cuál de las rutas posibles tenemos más probabilidad de recorrer en lo que queda de este siglo".

"Información, análisis, educación, discusión": éstas son las condiciones previas para la acción, condiciones que Williams enumera a modo de invitación para el cambio en la última página del libro.

De nosotros depende la ruta que recorrerá no sólo la televisión sino el conjunto de los medios, residuales y emergentes.